

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO

GESTIÓN DE PEQUEÑO COMERCIO

Familia Profesional: Comercio y Marketing



CFGM ACTIVIDADES COMERCIALES

2º CURSO

CURSO ACADÉMICO 23-24

PROFESORA: ISABEL MURILLO VENTOSA



Introducción:	2
1.1 Competencias del Ciclo:.....	2
1.2 Competencia General	4
1.3 Competencias profesionales, personales y sociales	4
I Desarrollo de la programación	5
1. Objetivos del módulo:.....	5
2. Contenidos del módulo.....	6
3. Metodología	8
3.1 Principios metodológicos de carácter general:	8
3.2 Materiales y recursos didácticos	10
4. SECUENCIACIÓN	11
5. EVALUACIÓN.....	12
5.1 Evaluación de los alumnos.....	12
Cúando evaluaremos	12
Cómo evaluamos;.....	12
Criterios de calificación.....	13
Actividades de apoyo para la superación de módulos pendientes.....	15
Plan de contingencias ante circunstancias excepcionales prolongadas.	15
5.2 Seguimiento y valoración.....	15
5.3 Atención al alumnado con necesidad específica de apoyo educativo	15

Introducción:

Las personas que obtienen este título ejercen su actividad en cualquier sector productivo dentro del área de comercialización o en las distintas secciones de establecimientos comerciales, realizando actividades de venta de productos y/o servicios a través de diferentes canales de comercialización o bien realizando funciones de organización y gestión de su propio comercio. Se trata de trabajadores por cuenta propia que gestionan un pequeño comercio o tienda tradicional, o de trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en los departamentos o secciones de comercialización de cualquier empresa u organización. El módulo se plantea de una manera práctica con el fin de motivar a los alumnos.

El Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas como consecuencia de la Ley Orgánica de Educación (LOE), ha sido desarrollada en la Comunidad Autónoma de La Rioja por la Orden 10/2014, de 27 de agosto, por la que se establece el Currículo del Ciclo Formativo de Técnico en Actividades Comerciales y su aplicación en la Comunidad Autónoma de La Rioja. El presente documento se refiere a la programación del módulo de Gestión de Pequeño Comercio (GPC) del segundo curso con un total de 180 horas, ocho semanales.

1.1 Competencias del Ciclo:

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes (artículo 8 de la Orden 10/2014):

- a) Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.
- b) Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.
- c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.
- d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo, las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- f) Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.
- g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.



- h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.
- i) Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- j) Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.
- l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.
- m) Reconocer las características de los programas informáticos utilizados habitualmente en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.
- n) Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing.
- ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.
- o) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial, ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.
- p) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.
- q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.
- u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al "diseño para todos".

- w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.
- x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático. empresarial para la generación de su propio empleo.

1.2 Competencia General

(Artículo 4 de la Orden 10/2014)

La competencia general de este título consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente

1.3 Competencias profesionales, personales y sociales

(Artículo 5 de la Orden 10/2014)

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:

- a) Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.
- b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.
- c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.
- d) Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.
- e) Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.
- f) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.
- g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital
- h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.
- i) Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.



- j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.
- k) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.
- l) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- o) ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- p) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- q) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.
- r) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de "diseño para todos" en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- s) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
- t) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

I Desarrollo de la programación

1. Objetivos del módulo:

Los objetivos del módulo se corresponden con los siguientes objetivos generales del ciclo formativo establecidos en el artículo 8 de la Orden 10/2014):

- 1.- Analizar la información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa
- 2.-Determinar la forma jurídica de la empresa y los trámites que se exigen para su creación
- 3.-Identificar las fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas del entorno, mediante el correspondiente análisis DAFO
- 4.-Planificar la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio
- 5.- Gestionar la documentación comercial de cobros y pagos derivados de los productos y o servicios prestados
- 6.- Conocer el proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa siendo capaz de interpretar la legislación mercantil y fiscal vigente y los principios y normas del PGC

7.-Elaborar un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad con atención personalizada al cliente.

2. Contenidos del módulo

1.- LA EMPRESA

- 1.1 Concepto de empresa
- 1.2 Elementos de la empresa
- 1.3 Funciones básicas de la empresa
- 1.4 El empresario
- 1.5 Clasificación de las empresas
- 1.6 Características de la pyme
- 1.7 Relaciones de la empresa con su entorno

2.- LA FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA

- 2.1 Personalidad física y jurídica
- 2.2 Empresa individual o autónomo
- 2.3 Comunidad de bienes
- 2.4 Sociedad civil
- 2.5 Sociedad de responsabilidad limitada
- 2.6 Sociedad anónima
- 2.7 Otras formas jurídicas
- 2.8 Elección de la forma jurídica de la empresa
- 2.9 Trámites para la puesta en marcha

3.-LA INICIATIVA EMPRENDEDORA Y EL PLAN DE EMPRESA

- 3.1 Iniciativa, creatividad e innovación
- 3.2 El emprendedor
- 3.3 La cultura emprendedora
- 3.4 La idea de negocio
- 3.5 El plan de empresa
- 3.6 Elaboración del plan de empresa

4.- CREACIÓN DE UN PEQUEÑO COMERCIO

- 4.1 Análisis del entorno

4.2 Análisis del mercado y el entorno comercial

4.3 La investigación de mercados

4.4 Análisis DAFO

4.5. Ubicación del establecimiento comercial

5.- EL PLAN DE INVERSIONES EN EL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL

5.1 Estructura económica y financiera

5.2 Fuentes de financiación

5.3 Financiación a corto plazo

5.4 Financiación a largo plazo

5.5 Otras fuentes de financiación

5.6 Subvenciones oficiales y ayudas

5.7 Determinación de las necesidades

5.8 El contrato de seguro

5.9 Formas de adquisición del local comercial

6.- LA GESTIÓN ECONÓMICA Y LA TESORERÍA EN EL PEQUEÑO COMERCIO

6.1 Previsión de demanda

6.2 Previsión de ingresos y gastos

6.3.- Elaboración de presupuestos

6.4.- Cálculo del precio de venta

6.5.- Cálculo del punto muerto

6.6.-Evaluación de inversiones

6.7.- Periodo medio de maduración

6.8.- Análisis económico-financiero

7.- OBLIGACIONES FISCALES EN EL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL

7.1 El sistema tributario español

7.2 Tributos y sus elementos característicos

7.3 Obligaciones fiscales del pequeño comercio

8.- DOCUMENTOS DE COMPRAVENTA, DE COBRO Y DE PAGO

8.1 La factura

8.2 La factura simplificada

8.3 La factura electrónica

8.4 Modalidades de pago

8.5 Gestión de cobro y negociación de efectos

9.- LA CONTABILIDAD EN EL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL

9.1 La contabilidad en la empresa

9.2 El patrimonio de la empresa

9.3 Las cuentas

9.4 Las cuentas anuales

9.5 Los libros contables y de registro

9.6 El ciclo contable

9.7 Concepto de inversión, gasto, pago, ingreso y cobro

9.8 El PGC

10.-LA GESTION DE LOS RECURSOS HUMANOS

10.1 La Seguridad Social

10.2 Inscripción, afiliación, altas y bajas a la Seguridad Social

10.3 La cotización a la Seguridad Social

10.4 El contrato de trabajo

10.5 La retribución de los trabajadores

10.6 Régimen de cotización de los trabajadores autónomos

11.-LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE

11.1 El consumidor

11.2 Características del servicio de calidad

11.3 Las normas de calidad del servicio

11.4 Los servicios adicionales a la venta

11.5 Los instrumentos para medir la calidad y el grado de satisfacción del cliente

11.6 El plan de gestión de incidencias

11.7 El plan de calidad en el pequeño comercio

3. Metodología

3.1 Principios metodológicos de carácter general:

Para desarrollar la metodología es necesario tener en cuenta los siguientes **principios psicopedagógicos y didácticos**:

- Partir de los conocimientos previos.

- Promover la adquisición de aprendizajes significativos.
- Utilizar una metodología:
 - activa tanto por parte del profesor como de los alumnos.
 - participativa por parte del alumno.
 - motivadora por parte del profesor.
- Favorecer el desarrollo integral del alumno/a.
- En el desarrollo de la metodología hay que tener presente la inminente incorporación del alumno al mundo del trabajo.
- Coordinación con el profesorado de otros módulos. Lo que se pretende fundamentalmente es lo siguiente:
 - Que las clases sean activas y participativas para que así el alumno potencie su creatividad, espíritu crítico y capacidad de trabajo en grupo, utilizando todos los recursos didácticos disponibles.
 - Buscar, en la medida de lo posible, una enseñanza individualizada para los alumnos con dificultades, así como la globalización de contenidos.
 - Atender a los trabajos realizados por los alumnos que en cursos anteriores hayan realizado prácticas en la empresa, para que dichas realidades, su problemática y posibles soluciones, sean conocidas, analizadas y discutidas en clase y puestas en contexto con el módulo de negociación.
 - Realizar supuestos simulados de negociación, adaptados al entorno empresarial.

La metodología será, por tanto:

- De análisis y síntesis: a través del análisis se tratará de desarrollar la capacidad crítica, inductiva o investigadora del alumno, potenciando su razonamiento y haciéndole ver que este va de lo particular a lo general, de lo concreto a lo abstracto.
- Comparativa: las comparaciones no solo sirven para señalar diferencias entre normativas, protocolos y estrategias de países y puesto en relación con las diferentes culturas, sino también para analizar, ya que resaltando unos elementos y objetivos del módulo de Negociación. Así pues estableciendo similitudes, se puede llegar a una mejor comprensión de la materia.
- De problemas: trata de estimular al alumno, mediante el planteamiento previo de una cuestión que haga atractivo al alumno la coordinación del estudio y de la práctica.

Una vez planteado el problema, el alumno orientado por el profesor trabajará en la búsqueda de datos y soluciones en libros, revistas profesionales, contrastando opiniones con compañeros y profesores de las áreas afectadas.

Utilizando esta metodología **se pretende conseguir:**

- El contacto del alumno con textos y vídeos en inglés y en español.
- Favorecer la iniciativa, creatividad y capacidad investigadora del alumno.
- Ampliar y diferenciar criterios a partir de la lectura de textos, libros, revistas profesionales, vídeos...



La metodología se aplicará mediante, los siguientes procedimientos:

- Las unidades de trabajo se iniciarán con una exposición teórica del profesor, apoyado por el proyector y otros recursos visuales que incluirá los objetivos a conseguir y las directrices para obtenerlos. A continuación, el alumno o grupos de alumnos serán el eje central en la realización de trabajos de teoría o práctica.

3.2 Materiales y recursos didácticos

1. Recursos estructurales del centro: El centro cuenta con amplias aulas dotadas con cañón en todas ellas.

2. El aula donde realizamos la clase está dotada con 20 ordenadores conectados en red, lo que facilita enormemente la comunicación y el trabajo en clase.

En cada puesto se ha creado un grupo en la aplicación TEAMS en el que profesor y alumno intercambian información y que resulta de gran utilidad para la agilidad de la clase evitando que se realicen fotocopias de las tareas o trabajos que se realizan en el desarrollo de la misma.

También disponemos de conexión a internet controlada por el profesor, evitando que se haga un uso inadecuado.

4.SECUENCIACIÓN

Este módulo tiene una duración de 180 horas a lo largo de todo el curso escolar.

Se prevén, teniendo en cuenta las 8 horas semanales unas 90 sesiones para 1er trimestre: y un total de 90 sesiones para el 2º trimestre. Sin embargo, dentro de esas sesiones calculamos un margen de unas 8 horas a lo largo del curso que se emplearán para realizar las pruebas de evaluación y comentar su corrección y otro tipo de actividades complementarias. Por eso, se calcula que el tiempo dedicado a desarrollar las 11 unidades del curso será de unas 172 horas, divididas en 86 horas por evaluación. Se estima alcanzar los objetivos correspondientes a las unidades de la 1 a la 5 en el primer trimestre y de la 6 a la 11 en el segundo trimestre teniendo en cuenta las pruebas de evaluación pertinentes.

EVAL.	UNIDADES	SESIONES (HORAS)
PRIMERA (86 horas)	UD0.- Presentación del módulo	2
	UD1.- <i>LA EMPRESA</i>	16
	UD2.- La Forma jurídica de la empresa	20
	UD3.- La iniciativa emprendedora y el plan empresa	16
	UD4.- Creación de un pequeño comercio	16
	UD5.-El plan de inversiones en el establecimiento comercial	16
SEGUNDA (86 horas)	UD6-La gestión económica y la tesorería en el en el pequeño comercio	16
	UD7.- Obligaciones fiscales en el establecimiento comercial	16
	UD8.- Documentos de compraventa de cobro y pago	12
	UD9 Contabilidad en el establecimiento comercial	16
	UD10.- La gestión de recursos humanos	16
	UD11.- La calidad del servicio al cliente	10
	Pruebas de evaluación y actividades complementarias	8
TOTAL	180	



5. EVALUACIÓN

5.1 Evaluación de los alumnos

Cuando evaluaremos

a) *Evaluación inicial:*

Al principio de cada unidad y también al principio de curso para saber los conocimientos previos de cada alumno. Se realizarán una serie de preguntas que deberán responder individualmente para luego ponerlas en común con el resto de los compañeros sobre los temas a desarrollar en cada módulo.

b) *Evaluación continua;* durante el proceso de enseñanza aprendizaje, mediante trabajos y pruebas escritas se ira comprobando aprendizaje de los alumnos..

c) *Evaluación final:* para valorar si se han conseguido los objetivos finales del módulo se realizarán diversas pruebas escritas.

Cómo evaluamos;

Procedimientos e instrumentos de evaluación

Los procedimientos e instrumentos de evaluación que se van a utilizar van a ser variados, dando información concreta al alumnado sobre lo que se va a evaluar, adaptándose a las distintas aptitudes, necesidades y estilos de aprendizaje del alumnado y sobre todo se adaptarán a las posibles variaciones por las circunstancias de pandemia.

Los [procedimientos](#) de evaluación que se van a utilizar son:

- Pruebas teórico-prácticas/exámenes (de desarrollo, tipo test, resolución de casos prácticos, etc.).
- Trabajos y ejercicios individuales o grupales realizados a lo largo de las diferentes unidades de trabajo. El tipo de tarea o prueba quedará a elección del profesor.
- Se ponen ejercicios relacionados, directamente, con los apuntes pero para que no sea copiar al pie de la letra, se pide justificar la respuesta y si es posible poner un ejemplo. Así conseguiremos que el alumno se obligue a leer apuntes y todo lo relacionado con ese tema.

Criterios de calificación

Tal y como indica la normativa vigente sobre evaluación (Resolución 8/2021 y Orden EDU8/2019), el proceso de evaluación se realizará en una evaluación parcial trimestral y 2 evaluaciones ordinarias, es decir: **1ª evaluación (diciembre), 1ª convocatoria ordinaria (marzo) y 2ª convocatoria ordinaria (junio).**

La nota obtenida en los exámenes o pruebas objetivas de la 1ª evaluación y 1ª convocatoria ordinaria, supondrán el **70% de la nota de la evaluación**, y el otro **30% se obtendrá por las tareas, trabajo diario y participación en clase** (que explicaré más adelante en este apartado).

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	PORCENTAJE
PRUEBAS ESCRITAS/EXÁMENES	70%
TAREAS, TRABAJO DIARIO Y PARTICIPACIÓN EN CLASE	30 %

Sin embargo, en la **2ª convocatoria ordinaria de junio**, la nota obtenida en el **examen o prueba objetiva supondrá el 100% de la nota final.**

A continuación, explico con más detalle las diferentes evaluaciones mencionadas:

- ✓ **1ª Evaluación: diciembre** → Esta evaluación abarcará las 5 primeras unidades del módulo.

La calificación que figurará en Racima y en las actas de evaluación debe estar expresada en números enteros, por lo que la nota se calculará según el método general del redondeo. Si el decimal antes del redondeo es igual o superior a 0,5 se redondeará a la cifra entera superior y si el decimal es inferior a 0,5 se redondeará a la cifra entera inferior.

Sin embargo, la nota de las evaluaciones expresada en números enteros tendrá carácter principalmente orientativo, puesto que para el cálculo de la nota media del curso se ponderarán las notas de cada evaluación con decimales incluidos.

- ✓ **1ª Convocatoria Evaluación ordinaria: marzo**

Esta evaluación abarcará todos los temas que cada alumno tenga no superados hasta ese momento, es decir, si el alumno ha superado la evaluación parcial 1ª, sólo tendrá que presentarse a los últimos 6 temas desarrollados entre diciembre y marzo (unidades 6 al 11), mientras que, si no superó la evaluación parcial de las cinco primeras unidades, en marzo tendrá que examinarse de todo el módulo (unidades 1 a la 11).

La nota de esta evaluación, tanto en Racima como en las actas, será la nota media o global del curso, también redondeada. Si el alumno aprobó la primera evaluación parcial, su nota de la primera convocatoria ordinaria será la media de las dos evaluaciones trimestrales, considerando todos los decimales en esas notas parciales. Si en marzo se han examinado de todos los temas, la nota de esta convocatoria será la nota de ese examen (sin olvidar que en esta convocatoria también se aplican los porcentajes de 70% exámenes y 30% tareas y trabajo diario, tal y como se explica al principio de este epígrafe).

- ✓ **2ª Convocatoria Evaluación ordinaria: junio**

En esta evaluación cada alumno se examinará de las evaluaciones que tenga pendientes, guardándose la nota de aquellas que si haya superado (1ª o incluso 2ª evaluación si la profesora hubiera considerado oportuno realizar una segunda evaluación de forma previa a la primera convocatoria ordinaria de marzo).

Si la profesora lo estima oportuno, para facilitar la evaluación positiva del alumno, podrá realizar pruebas parciales eliminatorias de la mitad de los contenidos a mitad de cada uno de los trimestres.



Como la realización de estas pruebas no responde a un imperativo legal, la profesora establecerá las condiciones y características de estas pruebas y las comunicará al alumnado antes de realizar la prueba correspondiente. Su realización dependerá de si el desarrollo y temporalización del módulo lo permiten. La realización de estas pruebas no será obligatoria para los alumnos, que podrán decidir no realizar ningún examen parcial dentro de un trimestre y examinarse en las convocatorias oficiales anteriormente mencionadas. Por esta misma razón, la ausencia a una prueba parcial de mitad de evaluación, incluso justificada, no da derecho a repetirla, el alumno se presentará a toda la materia en el examen final de evaluación.

TAREAS Y TRABAJO DIARIO

Cada alumno irá acumulando calificaciones durante el transcurso de cada trimestre por la realización de **trabajos y tareas** exigidas por la profesora, por su **intervención en debates, comentarios y preguntas orales en clase, resolución de dudas de compañeros, resolución de ejercicios, test** realizados en la plataforma Teams y comentarios de **noticias y vídeos** relacionados con el módulo... Se valorará positivamente tanto su participación, como la oportunidad de sus intervenciones. La media de las calificaciones por todos los conceptos citados supondrá el **30% de la nota de la evaluación.**

Con base en las indicaciones Reglamento de Régimen Interior del centro y las vigentes normativas, **el alumno que no asista al 15% de las horas anuales del módulo, justificadas o sin justificar, podrá perder el derecho a la evaluación continua** si el profesor lo considera oportuno. Sólo se considerarán justificantes válidos aquellos relacionados con asistencia médica o cumplimiento de un deber inexcusable, como la asistencia a un juicio, cualquier otro motivo será valorado por el profesor e incluso el equipo de profesores del departamento. La pérdida de la evaluación continua supondrá que el alumno se presente con toda la materia del módulo a la evaluación ordinaria, bien sea en primera y/o en segunda convocatoria. En este caso no serán de aplicación las posibles notas parciales o por evaluación que haya podido obtener el alumno antes de perder la evaluación ni tampoco se aplicarán los porcentajes de 70% y 30% comentados, el alumno obtendrá como nota final el 100% de la nota obtenida en esa prueba escrita final.

Además, en consonancia con lo que indica el Reglamento de Régimen Interno, la **acumulación de tres retrasos se contabilizará como una ausencia injustificada** con fecha del tercer retraso. Se considera retraso siempre que el alumno entre en clase entre las 8:30-8:35 a primera hora o entre las 11:35-11:40 al volver del recreo. Siempre que el alumno llegue más tarde de esas horas, o partir de un tercer retraso, se registrará una ausencia no justificada.

El incumplimiento de las **normas de conducta** establecidas para el aula, tales como la falta de respeto hacia compañeros y profesor, etc. será penalizado según el Reglamento de Régimen Interno del Centro (conductas contrarias).

MEDIDAS DE RECUPERACIÓN

Cuando en la 1ª evaluación parcial no se alcance una calificación de 5, incluyendo todos los conceptos anteriormente descritos:

La profesora decidirá, si lo considera beneficioso para el alumno y en función del grado de cumplimiento de la temporalización del módulo, la realización de una prueba escrita de recuperación que incluirá todos los contenidos correspondientes al primer trimestre. Esta prueba englobará las 6 unidades del primer trimestre y no podrá ser separada en partes (no se guardan parciales aprobados a mitad de trimestre, si los hubiera).

La nota de la recuperación de las pruebas escritas de la primera evaluación será nuevamente el 70% de la nota final, y se guardará el 30% restante evaluado a lo largo de la evaluación.

Las actividades que el alumno deberá realizar para preparar y superar la prueba de recuperación, son todas las que se hayan desarrollado en clase durante la evaluación. En cualquier caso, la



profesora indicará a los alumnos cuáles son las más importantes para superar la prueba de recuperación y/o propondrá otras de refuerzo. De igual forma, estará a su disposición para aclarar cualquier duda que les pueda surgir durante el estudio y preparación de dicha prueba, estableciendo un calendario para ello.

Actividades de apoyo para la superación de módulos pendientes.

Los alumnos que tengan el módulo pendiente en cursos diferentes al que cursan tendrán un seguimiento individualizado, se podrán presentar a exámenes parciales, y mantendrán una reuniones periódicas (trimestrales) con el profesor con el fin de plantear dudas sobre la materia a examinar o bien facilitarles actividades para su repaso.

Plan de contingencias ante circunstancias excepcionales prolongadas.

Si debido a circunstancias excepcionales que afecten al desarrollo normal de la actividad docente en el módulo durante un periodo prolongado en el tiempo se reserva en el departamento una carpeta debidamente etiquetada y señalizada donde se incluyen una serie de actividades distribuidas por unidades didácticas.

Podrán realizarse de forma individual o bien en grupo

5.2 Seguimiento y valoración

Se verificará la adecuación del proceso de enseñanza a las características y necesidades de los alumnos. La evaluación del proceso de enseñanza conlleva que todas las fases de acción didáctica sean objeto de evaluación, es decir :

- Evaluación de los objetivos: idoneidad y grado de consecución de los mismos.
- Evaluación de los contenidos: adecuación a las características de los alumnos, secuenciación, etc...
- Evaluación de la efectividad de las estrategias de convivencia.
- Evaluación de las situaciones de acción didáctica.
- Evaluación de la práctica de enseñanza.

El profesor, puede llevar a cabo un control de su trabajo mediante cuestionarios al alumno después de cada unidad didáctica o cada trimestre, consultando sobre:

- Claridad de las exposiciones.
- Suficiencia o insuficiencia de tiempo
- Ambiente de trabajo y participación
- Satisfacción con lo aprendido...etc

5.3 Atención al alumnado con necesidad específica de apoyo educativo

Las medidas de atención a la diversidad, son mecanismos de ayuda para todos los alumnos, que permiten llevar a cabo diferentes actuaciones que faciliten una respuesta de calidad a las necesidades propias de cada uno de ellos.

Descripción de los alumnos que componen la clase:

Hay un número de alumnos de 21 personas, de los cuales uno es repetidor, uno tiene un TDH



La LOE establece unas recomendaciones en cuanto al tratamiento de estos alumnos:

- Actividades de ampliación (para los que superan objetivos) y de refuerzo (para los que no llegan)
- Uso de estrategias del trabajo cooperativo.
- Adaptaciones en la metodología a utilizar
- Utilización de distintos recursos